



# Inhaltsverzeichnis

|  |     |
|--|-----|
| Trägerschaft der Studie .....  | I   |
| Autoren .....  | VII |
| Vorwort .....  | 1   |
| Management Summary .....   | 3   |
| 1 Der Schweizer Detailhandel im Wandel.....  | 5   |
| 1.1 Motivation und Handlungsbedarf.....  | 5   |
| 1.2 Der Schweizer Detailhandel – Zahlen und Entwicklungen.....                                       | 7   |
| 1.3 Zielsetzung und Argumentation der Studie .....   | 11  |
| 2 Fokus der Studie .....   | 12  |
| 2.1 Distributionskanäle: Stationär, Online und Omni Channel.....                                     | 12  |
| 2.2 Warengruppen: Güter des täglichen Bedarfs, Bekleidung und Heimelektronik.....                    | 13  |
| 2.3 Messgrösse CO <sub>2</sub> (e)-Emissionen .....  | 14  |
| 2.4 Supply Chains und Systemgrenze „letzte Meile“.....   | 15  |
| 2.5 Exkurs: Ganzheitliche Betrachtung der Supply Chain.....  | 17  |
| 2.6 Städtische und ländliche Siedlungsräume in der Schweiz.....                                      | 20  |
| 3 Aufsetzpunkte der Studie: Überblick über die Literatur.....  | 21  |
| 4 Studiendesign.....   | 31  |
| 4.1 Datenbasis der Studie .....  | 31  |
| 4.2 Vorgehen und Modellspezifikation.....  | 38  |
| 4.2.1 Online-Handel.....   | 39  |
| 4.2.2 Stationärer Detailhandel.....  | 41  |
| 4.2.3 Omni Channel.....  | 43  |
| 4.2.4 Transportverpackungsmaterial.....  | 44  |
| 5 Ergebnisse der Studie.....   | 45  |
| 5.1 Berechnung: Transportbedingte CO <sub>2</sub> e-Emissionen in Distributionskanälen.....          | 45  |
| 5.1.1 Online-Handel.....   | 46  |
| 5.1.2 Stationärer Detailhandel.....  | 50  |
| 5.1.3 Exkurs: Einkaufstourismus .....  | 57  |
| 5.2 Insight: Transportverpackungs-bedingte CO <sub>2</sub> e-Emissionen in Distributionskanälen..... | 60  |
| 5.2.1 Online-Handel.....   | 61  |
| 5.2.2 Stationärer Detailhandel.....  | 61  |
| 5.3 Insight: CO <sub>2</sub> e-Emissionen auf der „letzten Meile“ im Omni Channel .....              | 62  |
| 5.3.1 Click & Collect.....   | 63  |
| 5.3.2 Showroom-Konzept.....  | 65  |
| 6 Interpretation der Studienergebnisse .....   | 67  |
| 6.1 Sensitivitätsanalysen .....  | 68  |
| 6.1.1 Einflussfaktor zurückgelegte Streckenentfernung des Kunden zur stationären Filiale .....       | 68  |



|   |     |
|---|-----|
| 6.1.2 Einflussfaktor Transportbündelung: Anzahl ausgelieferter Pakete pro Zustelltour und Bündelung von Einkäufen / Aktivitäten.....                                      | 70  |
| 6.1.3 Einflussfaktor Artikelanzahl: Bündelung von Artikeln pro Transaktion (Online-Bestellung bzw. stationärer Einkauf).....  | 74  |
| 6.2 Limitationen und Hinweise zur Interpretation der Studienergebnisse.....   | 76  |
| 6.3 Schlussbetrachtung und Handlungsempfehlungen.....   | 77  |
| Literaturverzeichnis .....  | 80  |
| Anhang A: PLZ-Gebiete Basel, Lausanne, Toggenburg, Goms .....   | 85  |
| Anhang B: Definition des BfS: „Raum mit städtischem Charakter, 2012“ .....  | 89  |
| Anhang C: CO <sub>2</sub> e-Emissionen pro Warengruppe nach Siedlungsräumen im Online-Handel.....   | 91  |
| Anhang D: CO <sub>2</sub> e-Emissionen pro Warengruppe nach Siedlungsräumen im stationären Detailhandel (Annahme: gezielte Einkaufsfahrten mit einem Einkauf) .....       | 95  |
| Anhang E: Durchschnittliche CO <sub>2</sub> e-Emissionen im Online-Handel nach Siedlungsräumen bei Berücksichtigung indirekter CO <sub>2</sub> e-Emissionen.....          | 97  |
| Anhang F: CO <sub>2</sub> e-Emissionen nach Paketanzahl je Zustelltour im Vergleich zu durchschnittlichen stationären Einkaufsfahrten.....                                | 98  |
| Anhang G: Einflussfaktor Artikelanzahl: CO <sub>2</sub> e-Emissionen pro Artikel (Bsp. Artikelzahlen Heimelektronik, Siedlungsräume Kernstadt und Land).....              | 100 |
| Anhang H: Einflussfaktor Artikelanzahl: CO <sub>2</sub> e-Emissionen pro Artikel (Bsp. Artikelzahlen Güter des täglichen Bedarfs, Siedlungsräume Kernstadt und Land)..... | 101 |